

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan pengolahan data serta analisis dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan tingkat kepuasan pelanggan menggunakan metode *customer satisfaction index* (CSI), nilai persentase yang didapatkan adalah sebesar 85,198% dan menurut tabel indeks kepuasan pelanggan, nilai tersebut menginterpretasikan perasaan puas oleh pelanggan. Namun pihak manajemen perusahaan harus tetap meningkatkan kualitas pelayanan dengan melakukan perbaikan dikarenakan persaingan jasa cuci mobil yang semakin banyak bermunculan di sekitar daerah Pondok Kelapa.
2. Berdasarkan nilai *gap* yang telah didapatkan pada pengolahan data menggunakan metode *service quality* berupa lima dimensi kualitas *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* dengan atribut – atribut pertanyaan yakni:
 - 1) Dimensi *Tangible* dengan atribut:
 - a) Kebersihan area cuci mobil (-1,02)
 - b) Ketersediaan ruang tunggu yang nyaman (-1,1)
 - c) Ketersediaan toilet yang nyaman (-1,62)
 Nilai rata - rata *gap* sebesar (-1,247)
 - 2) Dimensi *Reliability* dengan atribut:
 - a) Kesesuaian harga dengan kualitas yang dihasilkan (-0,14)
 - b) Pelayanan yang konsisten (-0,29)
 - c) Kemampuan karyawan dalam memenuhi kebutuhan pelanggan (-0,34)
 Nilai rata - rata *gap* sebesar (-0,257)

3) Dimensi *Responsiveness* dengan atribut:

- a) Ketanggapan karyawan kepada pelanggan (-0,35)
 - b) Kesigapan karyawan dalam merespon (-0,39)
 - c) waktu penyelesaian cuci mobil (-0,42)
- Nilai rata - rata *gap* sebesar (-0,387)

4) Dimensi *Assurance* dengan atribut:

- a) Hasil cuci mobil yang bersih (-0,50)
 - b) Jaminan penggantian kerusakan dari pihak manajemen (-0,20)
 - c) Keamanan barang bawaan di dalam kendaraan pelanggan (-0,26)
- Nilai rata - rata *gap* sebesar (-0,320)

5) Dimensi *Empathy* dengan atribut:

- a) Kesabaran karyawan pada kebutuhan pelanggan (-0,36)
 - b) Kepedulian karyawan dalam melayani pelanggan (-0,39)
 - c) Kesopanan dan keramahan karyawan dalam menerima kritik (-0,40)
- Nilai rata - rata *gap* sebesar (-0,383)

Setiap atribut pada kelima dimensi kualitas tersebut memiliki nilai *gap* negatif (-), hal tersebut memiliki pengertian bahwa penilaian persepsi pelanggan terhadap pelayanan masih dipandang atau dirasakan kurang dari harapan atau ekspektasi yang diinginkan.

3. Berdasarkan hasil analisis persepsi melalui diagram Kartesius, atribut yang memiliki pengaruh kuat terhadap pelayanan adalah atribut – atribut yang berada pada kuadran B sebagai berikut:

- 1) Kesesuaian harga dengan kualitas yang dihasilkan (AB1)
- 2) Pelayanan yang konsisten (AB2)
- 3) Kemampuan karyawan dalam memenuhi kebutuhan pelanggan (AB3)
- 4) Ketanggapan karyawan kepada pelanggan (AC1)
- 5) Kesigapan karyawan dalam merespon (AC2)
- 6) Waktu penyelesaian cuci mobil (AC3)

- 7) Hasil cuci mobil yang bersih (AD1)
- 8) Jaminan penggantian kerusakan dari pihak manajemen (AD2)
- 9) Keamanan barang bawaan di dalam kendaraan pelanggan (AD3)
- 10) Kesabaran karyawan pada kebutuhan pelanggan (AE1)
- 11) Kepedulian karyawan dalam melayani pelanggan (AE2)
- 12) Kesopanan dan keramahan karyawan dalam menerima kritik (AE3)

Sedangkan atribut yang menjadi prioritas utama untuk dilakukan perbaikan dalam upaya meningkatkan kualitas pelayanan adalah atribut - atribut yang berada pada kuadran A sebagai berikut:

- 1) Kebersihan area cuci mobil (AA1)
- 2) Ketersediaan ruang tunggu yang nyaman (AA2)
- 3) Ketersediaan toilet yang nyaman (AA3)

6.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti memiliki saran yang dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan sebagai berikut:

1. Bagi pihak manajemen jasa cuci mobil Tirta Kencana
 - 1) Survei kepuasan pelanggan sebaiknya dilakukan secara berkala untuk dapat terus melihat perkembangan kepuasan pelanggan
 - 2) Untuk tetap meningkatkan kualitas pelayanan agar bisa menanggulangi penilaian *gap* yang memiliki nilai negatif agar dapat berubah menjadi positif
 - 3) Memperbaiki kekurangan pada atribut di dalam analisis persepsi diagram Kartesius, khususnya atribut di dalam kuadran A dan tetap mempertahankan kinerja pelayanan yang berada di dalam kuadran B.
2. Bagi pihak peneliti selanjutnya untuk dapat ditambahkan suatu analisis pada *gap* antara persepsi manajemen dengan harapan pelanggan.